

Fiche marché

Fiche marché Belgique 2009



MISSION INGENIERIE TOURISTIQUE RHONE-ALPES

Observatoire Régional du Tourisme

Fiche marché Belgique 2009

Sommaire

- ◆ Données générales
- ◆ Les départs en vacances des Belges
- ◆ Les touristes Belges et la France
- ◆ Les touristes belges, les sports d'hiver et Rhône-Alpes
- ◆ La fréquentation hôtelière en Rhône-Alpes
- ◆ La fréquentation hôtellerie de plein air en Rhône-Alpes
- ◆ La conjoncture 2009

Fiche marché Belgique 2009 :

Fiche marché réalisée en collaboration avec l'Observatoire du Tourisme de l'Isère

◆ Données générales

Population : 10,4 millions d'habitants en 2008

- région flamande (néerlandophone) = 58% de la population
- région wallonne (francophone) = 33% de la population
- région bruxelloise (principalement francophone) = 9% de la population

Monnaie : euro

Superficie : 30 528 km² (6% de la superficie de la France)

Densité : 347 habitants au km² (5ème pays le + dense au monde et 1er pays le + urbanisé au monde)

Capitale : Bruxelles

Principales villes : Anvers (460 000 hab.), Bruges (274 000 hab.), Gand (233 000 hab.), Charleroi (200 000 hab.), Liège (186 000 hab.), Namur (108 000 hab.).

Economie et démographie :

Régime politique : monarchie parlementaire

PIB par habitant : 26 050 € en 2008 (France : 24 000 €)

Taux de chômage : 7,6% en 2008

Taille moyenne des ménages : 2,32 personnes

Répartition par classe d'âge 2007 :

- 0-19 ans : 23%
- 20-64 ans : 60%
- 65 ans et + : 17%

Le vieillissement de la population est une donnée importante à prendre en compte. 22,6 % des Belges auront plus de 60 ans en 2010, soit 2.380.000 personnes. Il est intéressant de noter également que seule 1 personne de plus de 55 ans sur 4 est encore en activité contre 40 % en moyenne au niveau européen.

Un contexte socio-politique complexe...

Un pays divisé en 3 régions (flamande, wallonne et bruxelloise), 3 langues officielles (français, néerlandais et allemand), de fortes tensions politiques entre partis flamands et wallons ayant abouti à une situation de crise politique majeure en 2007 (incapacité à former un gouvernement), une répartition déséquilibrée des richesses au détriment de la Wallonie, entraînant des volontés indépendantistes en Flandre, ...

Spécificités culturelles et personnalité...

Les Belges sont gais et conviviaux. Ils aiment la fête et les bonnes choses. Les néerlandophones sont cependant généralement plus réservés que les francophones.

- ♦ La nécessité d'une approche ciblée pour répondre à des attentes et des cultures différentes entre néerlandophones flamands et francophones wallons et bruxellois.
- ♦ Les exceptionnelles densité de population et taux d'urbanisation sont des données-clés pour comprendre le besoin d'espace et de nature des Belges (rupture urbaine).
- ♦ Les seniors belges constituent une cible intéressante car nombreuse et massivement retraitée à partir de 55 ans.
- ♦ Les Flamands représentent 60% de la population et ont un revenu moyen plus élevé, mais viennent proportionnellement beaucoup moins en France que les wallons : un marché à conquérir...
- ♦ Ne pas hésiter à utiliser des «ambassadeurs» dans la communication (personnes qui transmettent l'amour de leur région, qui la racontent), particulièrement appréciés des Belges.

◆ Les départs en vacances des Belges

65% de la population belge a pris des vacances durant la période allant d'avril 2008 à septembre 2008, soit 6,8 millions de personnes.

Un taux de départ en vacances qui varie selon les régions :

- Flandre : 67,2%
- Bruxelles : 64,1%
- Wallonie : 55,3%

Durée des vacances scolaires : 16 semaines

- Vacances de Toussaint, appelées d'automne : 1
- Vacances de Noël, appelées d'hiver : 2
- Vacances de février appelées de carnaval : 1 d'autant plus intéressante qu'elle est parfois décalée par rapport aux vacances françaises
- Vacances de Pâques, appelées de printemps : 2
- Vacances d'été (juillet + août) : 10

Nombre de jours fériés : 10

- Fête nationale : 21 juillet
- Autres jours fériés : les mêmes qu'en France (25 décembre, 1er janvier, 1er mai, 15 août, 1er novembre, 11 novembre, lundi de Pâques, lundi de Pentecôte, Ascension)
- Fête de la communauté flamande : 11 juillet
- Fête de la communauté francophone : 27 juillet

Nombre de jours de congés payés : 20

Vacances principales :

78% se déroulent à l'étranger : séjours balnéaires et moyenne montagne
Motivations : nature, bon climat, calme, atmosphère agréable, loisirs actifs (vélo, activités de pleine nature), bonne table ;

Principales destinations :

1. France
2. Espagne
3. Italie
4. Turquie

Un marché fortement intermédié et des TO puissants

Un peu plus de 4 touristes belges sur 10 ont recours à un professionnel pour organiser leurs séjours... Cette proportion monte encore un peu lorsqu'il s'agit de courts-séjours.

Principaux autocaristes belges :

- Voyages Leonard (600 points de vente) pour les francophones
- Lauwers, Generaltour et Pam Vermeulen pour les néerlandophones

Principaux Tour-Opérateurs :

Thomas Cook, Neckermann, Jetair / TUI Belgium, Transeurope, Caractère, Gallia, Exclusive Destinations, Club Med, Nouvelles Frontières, Lagrange, BBL Travel American Express ...

A noter : un TO très haut de gamme : Nosylis

Autres organisateurs de voyages puissants en Belgique :

L'Automobile Club, les associations ou mutualités faisant du tourisme social : Intersoc / Mutualité Chrétienne, ...

Les Belges et les NTIC

Téléphones mobiles : 9 millions soit 84 % des habitants (en 2007)

Utilisateurs d'Internet : 6,4 millions (en 2007) soit 60% de la population

Quelques sites de e-tourisme :

www.travelprice.be

www.sunjets.be

www.ebookers.be

<http://fr.be.lastminute.com>

Guides de voyages francophones :

les mêmes qu'en France (Guide Michelin, Gallimard, Hachette, Routard, Petit Futé, Lonely Planet...)

Guides néerlandophones :

ANWB Extra Reisgidsen Frankrijk dont un spécifique sur les Alpes françaises (« ANWB extra Franse Alpen ») et un spécifique Ardèche (« ANWB extra Ardeche »)

La réservation :

En moyenne, le client belge réserve ses vacances d'été 3,8 mois à l'avance et ses vacances d'hiver : 2,6 mois à l'avance.

22% des courts séjours et 16% des longs séjours sont réservés auprès des agences de voyages ou TO.

La Belgique dispose de TO puissants, un pourcentage important de séjours est réalisé auprès de ceux-ci : en 2004, les 3 principaux TO belges représentaient à eux seuls plus de 50% de la vente de forfaits à destination de la France avec 390 000 packages sur un total de 739 000.

Les sources d'information des vacanciers belges :

Les quotidiens néerlandophones influents pour les vacanciers belges choisissant la France :

- Het Nieuwsblad
- Gazet Van Antwerpen
- De Standaard
- Het Laatste Nieuws
- De Morgen
- Het Belang van Limburg

Les quotidiens francophones influents pour les vacanciers belges choisissant la France :

- Le Soir
- La Meuse / la Lanterne
- La Dernière Heure
- Vers l'Avenir
- La Libre Belgique
- Metro

Périodiques influents : Dag Allemaal, P-Magazine, Feeling, Humo, Flair, Knack, Ciné Télé Revue, Libelle, Femmes d'aujourd'hui, Flair/l'hebdo, Le Soir Magazine/Victor, Le Vif / L'Express Weekend, Télémoustique, Top Santé, Grande...

Radios influentes : Radio Donna, Radio Contact, Radio 2 VRT, Studio Brussel VRT, Radio 1 VRT

Magazines ou chaîne TV dédiés au tourisme :

- Touring (mensuel en néerlandais et français)
- UIT Magazine (mensuel en néerlandais)
- Voyages Voyages
- Liberty TV, chaîne câblée diffusant uniquement des reportages liés au tourisme.

Pour la préparation des vacances :

- ♦ Internet
- ♦ Brochures de TO ou / et visite en agence de voyages
- ♦ Guides touristiques
- ♦ Dépliants et brochures d'offices de tourisme

A noter : parmi les Belges ayant consulté des sites internet avant leur départ, c'est le site internet de l'Office de Tourisme de la destination qui arrive en tête, suivi de près par celui de l'hébergeur.

A noter : la France est l'un des 3 pays les mieux desservis par les compagnies aériennes low-cost présentes en Belgique.

Spécificités alimentaires

Le petit déjeuner est traditionnellement copieux. Il combine sucré (café, céréales...) et salé (fromage, charcuterie, œufs, pain, beurre, céréales).

Le repas de midi, appelé dîner, est plus léger : entrée + plat ou plat + dessert voire parfois un sandwich.

Le repas du soir, appelé souper, est copieux. Il est composé de plats de pommes de terre, de viande et de légumes.

Pendant les repas, les Belges boivent du vin mais aussi de la bière et de l'eau minérale. Les Belges sont souvent de grands connaisseurs de vin. Côté fromage, leur préférence irait aux pâtes molles...

Les Belges sont les plus épicuriens des touristes européens.

◆ LES TOURISTES BELGES ET LA FRANCE

La France est la première destination touristique étrangère des Belges, tant pour les longs séjours que pour les courts séjours, avec 25% de part de marché en 2008, devant la Belgique : 23% et l'Espagne : 12%.

En 2008, la Région PACA est la plus fréquentée (23%) directement suivie de Rhône Alpes (13%) et du Languedoc Roussillon (9%)

Pour les séjours des Belges en France, la montagne (été / hiver) arrive en tête avec 34% de part de marché devant la mer (27%), la campagne (28%) et la ville (10%) – Données 2007.

Les motivations principales de venue en France exprimées par les Belges sont : le climat, la nature, le calme. La gastronomie et les vins constituent également des atouts forts de la France.

Les régions d'origine des vacanciers belges en France : Flandre (51%), Wallonie (37%) et Bruxelles (12%).

Durée moyenne de séjour en France : 10,9 nuits pour les vacances principales et 2 nuits pour les courts séjours.

La voiture est utilisée par 83% des Belges pour partir en vacances en France, le train représente 7%, l'autocar 5% et l'avion 3%.

La location est majoritairement choisie pour les vacances (37%), suivie par l'hôtel (23%) et le camping (18%).

En 2007, la dépense quotidienne s'élève à 45€ par personne (contre 57€ en Espagne, 51€ en Italie et 65€ en Autriche) pour les séjours et à 108€ pour les courts séjours.

Les forces, faiblesses, opportunités et menaces de la France :

- Les forces : proximité, facilité d'accès, langue (pour les francophones), diversité des régions, gastronomie, vin, patrimoine, authenticité, charme, diversité des formules d'hébergement et des activités, qualité, coût, classe
- Les faiblesses : l'image d'arrogance de certains Français, le prix de certaines prestations (autoroute, extras...), le manque de nouvelles expériences / la lassitude...
- Les opportunités : le développement des TGV, la fréquence des Thalys (trains traversant le Nord Ouest de l'Europe), les vols à prix bas, la diversité et facilité d'accès de l'offre française sur internet, les grands évènements et rassemblements internationaux organisés en France, la transparence des prix (euros).
- Les menaces : l'attractivité du bassin méditerranéen, le poids de l'offre des grands TO européens vers d'autres destinations à bas prix, la facilité de réservation de produits concurrents sur internet et l'amélioration de l'offre courts séjours de nos concurrents, la lassitude / le « déjà vu », l'attraction des jeunes vers d'autres pays/langues.

◆ Caractéristiques des séjours «sports d’hiver» en France

- ♦ La voiture est le moyen de transport principal des Belges pour se rendre aux sports d’hiver (74%).
- ♦ L’hôtel est utilisé par 55% des Belges se rendant aux sports d’hiver et les locations par 33%.
- ♦ La durée moyenne des séjours aux sports d’hiver est de 6,4 nuits
- ♦ Les séjours sont concentrés pour 26% sur les vacances de février et pour 24% sur les vacances de Pâques.
- ♦ 52% des séjours ont été réservés via un intermédiaire.

Le marché belge des sports d’hiver (Rhône-Alpes et autres destinations de sports d’hiver) :
709 000 voyages durant la saison 2006/2007
403 millions d’euros de dépenses
86€ dépensés par jour et par personne

Les destinations de sports d’hiver (saison 2006/2007) :

1. La France : 37% des séjours (27% Alpes du Nord)
2. L’Autriche : 30%
3. L’Italie : 12%
4. La Suisse : 12%

Région d’origine des skieurs :

Flandre : 79%
Bruxelles : 7%
Wallonie : 14%

◆ LES TOURISTES BELGES EN RHÔNE-ALPES

Rhône-Alpes est la deuxième région choisie par les touristes belges en France avec 16% de part de marché, derrière PACA (22%) et devant le Languedoc Roussillon (11%).

SOURCES :

www.statbel.fgov.be
www.diplomatie.gouv.fr
Maison de la France – Etude WES
Direction du Tourisme-enquête auprès des visiteurs étrangers (EVE) 2006
NSEE Rhône-Alpes
Observatoire Régional du Tourisme-MITRA
Enquêtes hôtellerie et hôtellerie de plein air - CDT Isère
Sites internet aéroports

Hôtellerie

- La Belgique est le 2^{ème} pays étranger avec 13% des nuitées étrangères hôtelières de Rhône-Alpes en 2008 (soit 577 400 nuitées).
- Un marché plutôt stable au cours des années malgré de légères oscillations.
- Rhône-Alpes représente 11% des nuitées belges sur le territoire national, cette part oscille entre un plancher de 10% en 2004 et 13% en 2002 et 2003.
- 2 départements de prédilection : la Savoie et la Haute-Savoie qui représentent 54% nuitées hôtelières en 2008.
- Une clientèle moyen de gamme : 50% des nuitées se déroulent dans les hôtels de catégories 2 étoiles.

◆ Evolution des nuitées en Rhône-Alpes / France

Belgique	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Rhône-Alpes	599 410	626 348	648 018	641 468	489 018	614 130	644 700	624 756	577 397
France	5 093 312	5 041 868	5 115 786	4 871 385	4 825 366	4 923 099	5 147 611	5 300 185	5 460 783
Part de RA	12%	12%	13%	13%	10%	12%	13%	12%	11%

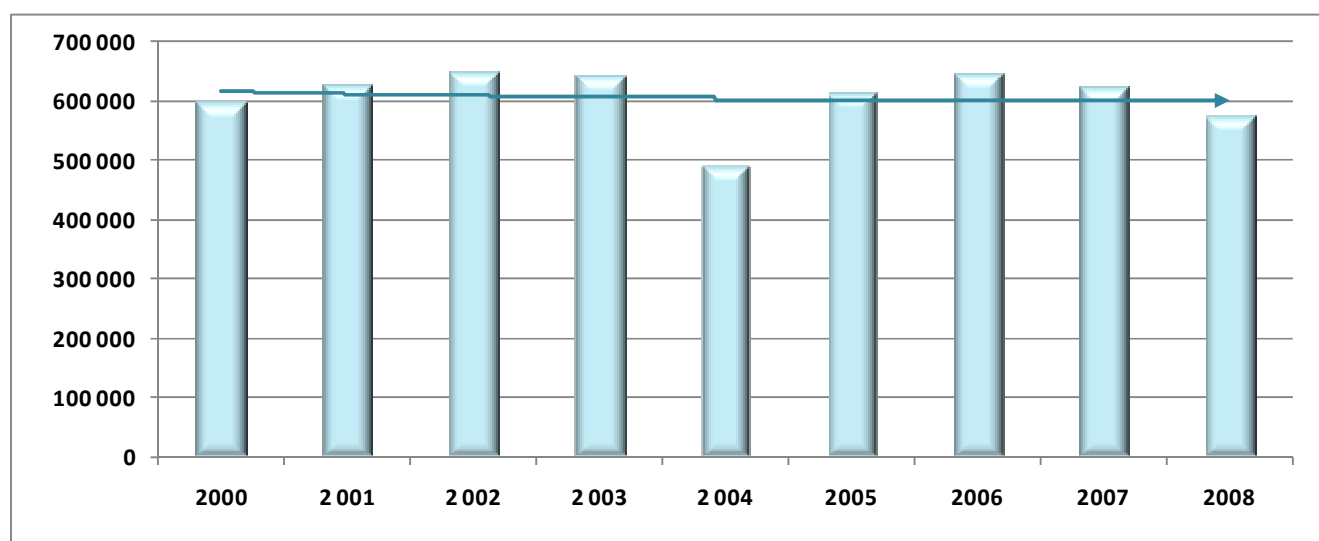
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008/ traitement ORT - MITRA

◆ Part de marché régionale

Nuitées hôtelières	Belgique	Part régionale
Ile-de-France *	1 397 528	26%
Provence-Alpes-Côte-D'azur	668 848	12%
Rhône-Alpes	577 397	11%

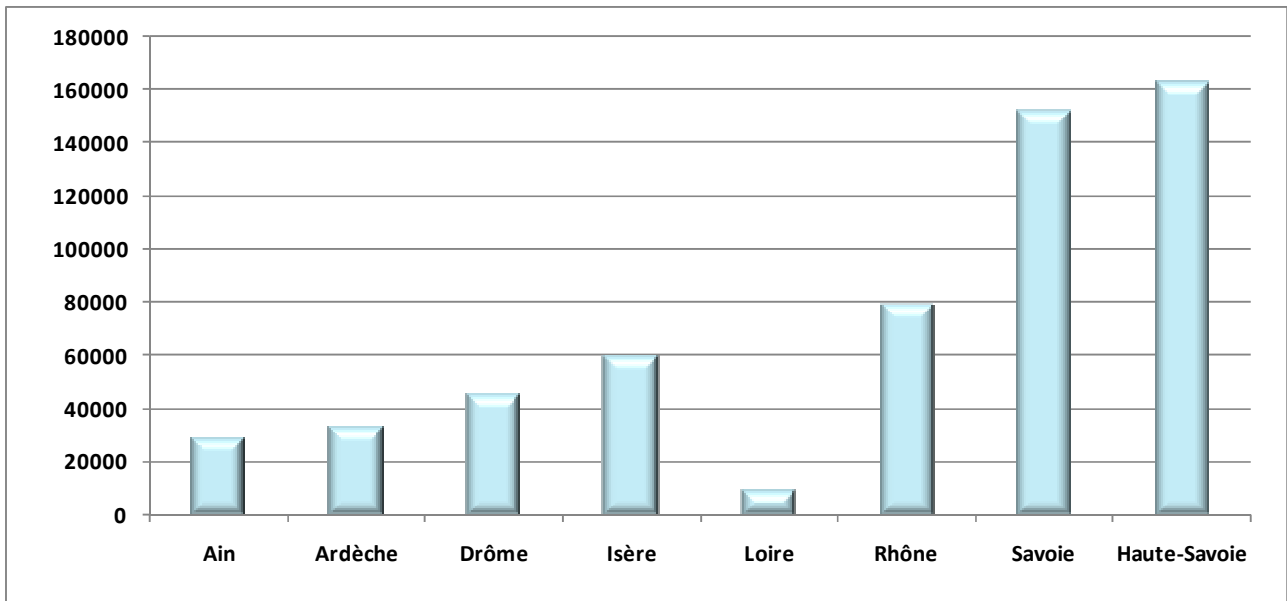
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008/ traitement ORT - MITRA

◆ Evolution des nuitées en Rhône-Alpes



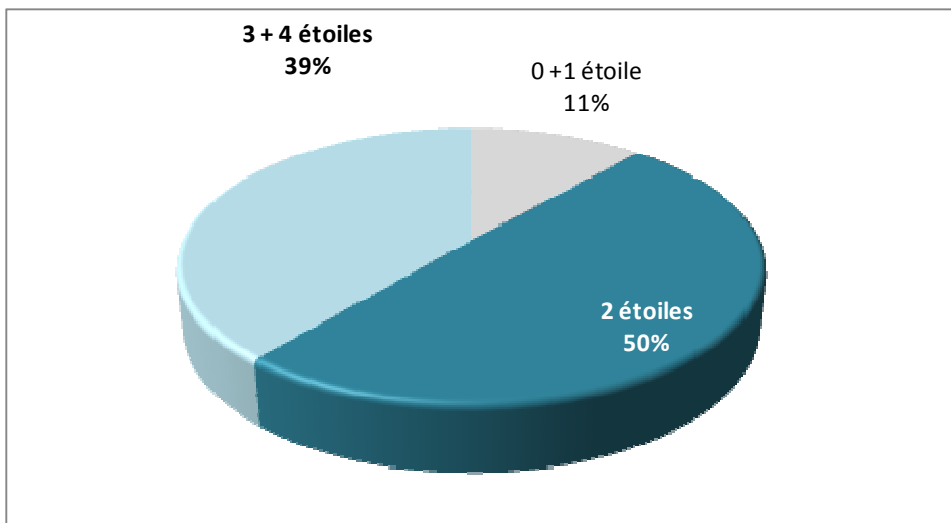
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

◆ Répartition départementale des nuitées belges 2008



Source INSEE - Direction du Tourisme 2008/ traitement ORT - MITRA

◆ Répartition par catégorie d'hôtels des nuitées belges 2008



Source INSEE - Direction du Tourisme 2008/ traitement ORT - MITRA

Hôtellerie de plein air

- La Belgique est le 2^{ème} pays étranger avec 13% des nuitées étrangères dans les campings de Rhône-Alpes en 2008
- Un marché en progression depuis 2000 : ses nuitées dans le camping ont augmenté de +10% en Rhône-Alpes.
- Rhône-Alpes représente 12% des nuitées belges réalisées en camping sur le territoire national en 2008.
- Une clientèle qui privilégie le sud de la région : l'Ardèche représente 51% des nuitées en campings, suivie par la Drôme avec 23% (soit une progression de 4 points par rapport à 2007).
- 78% des nuitées belges dans le camping se déroulent dans les structures 3 et 4 étoiles de la région, soit un comportement dans la moyenne des nationalités étrangères.

◆ Evolution des nuitées en Rhône-Alpes / France

Belgique / Lux.	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Rhône-Alpes	378 580	378 100	385 079	392 586	389 909	397 086	394 187	401 051	418 009
France	2 830 469	2 947 934	3 045 783	3 132 439	3 014 730	3 155 496	3 321 172	3 259 935	3 350 433
Part de RA	13%	13%	13%	13%	13%	13%	12%	12%	12%

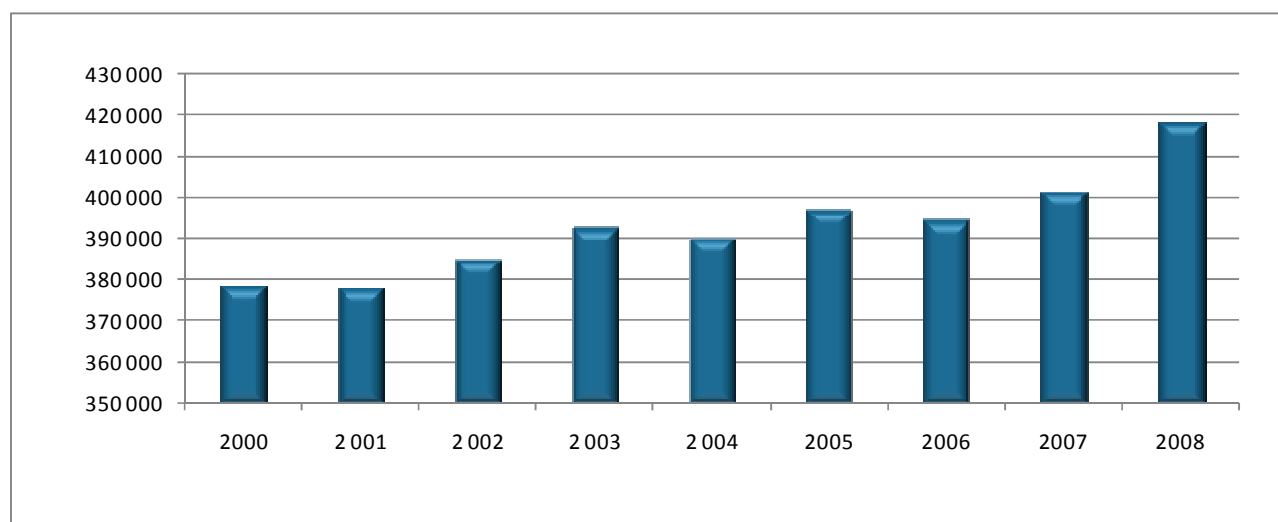
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

◆ Part de marché régionale

Nuitées campings	Belgique	Part régionale
P.A.C.A.	818 229	24%
Languedoc-Roussillon	701 154	21%
Rhône-Alpes	418 009	12%

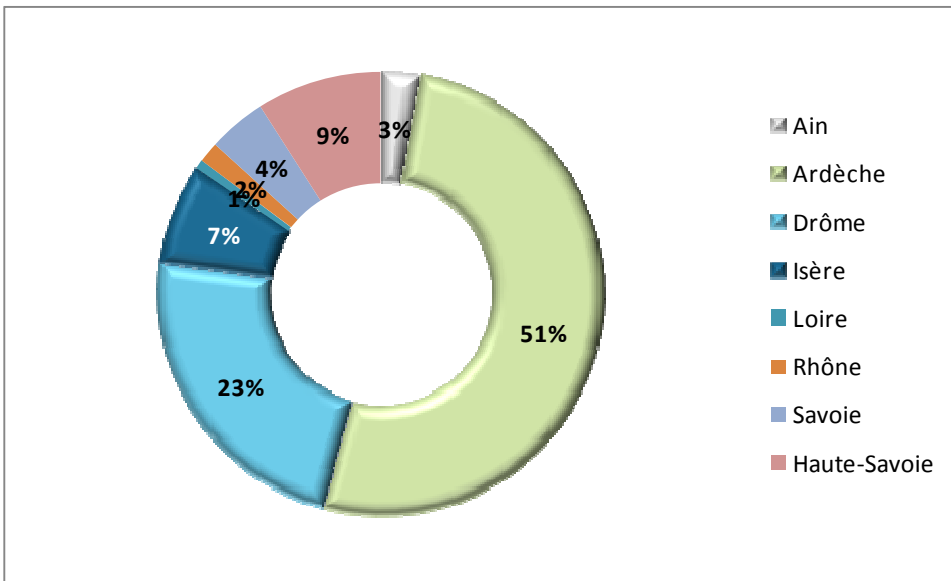
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008/ traitement ORT - MITRA

◆ Evolution des nuitées en Rhône-Alpes



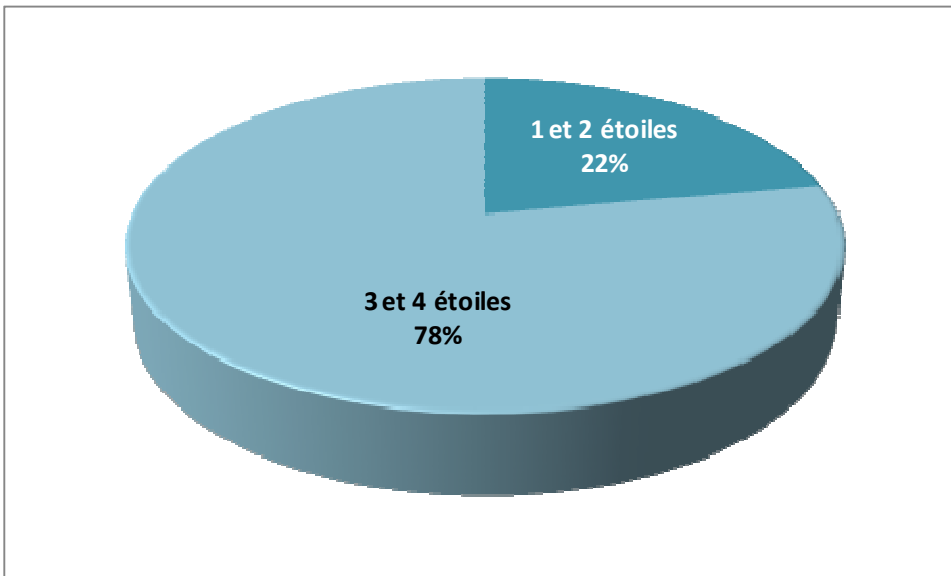
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008/ traitement ORT - MITRA

◆ Répartition départementale des nuitées belges 2008



Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

◆ Répartition par catégorie de campings des nuitées belges 2008



Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

Conjoncture 2009

Source : « Présentation du Marché Belge aux Journées Partenariales Atout France de Juin 2009 ».

1. Constat Politique et Economique

L'économie Belge subit bien évidemment les effets de la crise financière internationale et le gouvernement a revu à la baisse les prévisions pour 2009 et 2010. De plus, l'instabilité politique demeure dans ce pays, et les incidences négatives sur le comportement des consommateurs sont à craindre. Malgré cet environnement, les derniers sondages effectués auprès de l'opinion indiquent la volonté d'une majorité des ménages de préserver au maximum le budget vacances, en particulier pour les séjours à l'étranger, ce que semblent confirmer les très bons résultats de la fréquentation des Belges de nos stations de sports d'hiver.

2. La France demeure la destination préférée des Belges.

Notre destination consolide sa 1ère place des destinations étrangères, tant pour les vacances principales, que pour les courts séjours.

Un sondage effectué à la demande des Offices Nationaux de Tourisme en janvier 2009, avant le salon des vacances de Bruxelles, confirme que la France avec 22,10% des intentions de départ est bien, même dans un contexte économique difficile, la destination préférée des Belges, ce que souligne l'étude WES pour la saison 2008 en nous attribuant 25% de part de marché. La Belgique, marché mature pour les régions francophones, et marché encore en développement en Flandre, reste le 4ème marché pour la France en terme de séjours, et le 3ème en terme de solde net de la balance touristique. Résultats exceptionnels au vu des 11,5 millions d'habitants de ce pays.

3. Image de la France très positive

Selon la dernière étude qualitative disponible de l'institut WES, 60% des touristes belges jugent « excellent » leur dernier séjour en France, et 35% l'estime « bon ». La Belgique fait partie (avec l'Espagne) des pays où l'image de la France est la plus positive.